

Presse-Information
03. März 2020

Simon Fujiwara ist Publikumspreisträger des Preis der Nationalgalerie 2019.

BMW ist langjähriger Partner des Preis der Nationalgalerie.

Berlin. Mit dem Ende der Shortlist-Ausstellung des Preis der Nationalgalerie am 16. Februar wurde auch der Gewinner des Publikumspreises bekanntgegeben: Favorit der Ausstellungsbesucher ist der Künstler Simon Fujiwara. Rund 70 000 Menschen haben die Ausstellung in sechs Monaten Laufzeit besucht. Der 10. Preis der Nationalgalerie wurde im Rahmen der Shortlist-Ausstellung im September 2019 an Pauline Curnier Jardin verliehen. Ihre Einzelausstellung wird ab dem 20. November 2020 im Hamburger Bahnhof – Museum für Gegenwart zu sehen sein. BMW ist langjähriger Partner des Preis der Nationalgalerie.

Simon Fujiwara (geb. 1982 in London) lebt in Berlin und kommentiert mit seinen Werken auf sehr verschiedenen Ebenen die Situation des Menschen im medialisierten 21. Jahrhundert. Seine Werke umfassen Malerei, Video, Skulptur, Installationen und Performances und gehen zunächst von seiner eigenen Person und Generation aus. Seine für die Ausstellung ausgewählten und zum Teil neu geschaffenen Werke entspringen Fujiwaras Interesse für heutige mediale Massenphänomene und deren ökonomische und gesellschaftspolitische Aspekte. Dabei verdeutlichen die sehr unterschiedlichen Werke, wie sehr diesen Phänomenen eine emotionale Komponente zu Grunde liegt.

Die Besucher der Shortlist-Ausstellung konnten ihre Stimme online abgeben. Der Publikumspreis wurde in Kooperation mit tip Berlin präsentiert. Die Shortlist-Ausstellung zum Preis der Nationalgalerie feierte am Sonntag, den 16. Februar ihre Finissage und verzeichnete mit 70.000 Besucher in sechs Monaten Laufzeit eine erfolgreiche Bilanz.

Pauline Curnier Jardin, Gewinnerin des Jury-Preises, erhält mit der Auszeichnung eine große, mit einer Publikation begleitete Einzelausstellung, die von 20. November 2020 bis 2. Mai 2021 im Hamburger Bahnhof – Museum für Gegenwart – Berlin zu sehen sein wird.

Weitere Informationen und Bildmaterial finden Sie im Pressebereich der Website www.preisdernationalgalerie.de

Der Preis der Nationalgalerie wird ermöglicht durch die Freunde der Nationalgalerie und gefördert durch BMW. Der Preis der Nationalgalerie wurde vor 19 Jahren durch den Verein der Freunde der Nationalgalerie ins Leben gerufen. Seit fast vierzehn Jahren wird der Preis durch BMW als langfristigen Partner unterstützt, ebenso wie der Förderpreis für Filmkunst, der in Kooperation mit der Deutschen Filmakademie verliehen wird.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Prof. Dr. Thomas Girst
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kulturengagement
Telefon: +49-89-382-24753
E-Mail: Thomas.Girst@bmwgroup.com

www.press.bmwgroup.com

E-Mail: presse@bmw.de

Presse-Information

Datum 03. März 2020
Thema Simon Fujiwara ist Publikumspreisträger des Preis der Nationalgalerie 2019.
Seite 2

Rudi Schmidt
Freunde der Nationalgalerie
Pressekontakt Ausstellung
Telefon: +49-3026-39-488-0
E-Mail: presse@freunde-der-nationalgalerie.de

Das kulturelle Engagement der BMW Group

Seit fast 50 Jahren ist die internationale Kulturförderung der BMW Group mit inzwischen über 100 Projekten weltweit essentieller Bestandteil der Unternehmenskommunikation. Schwerpunkte des langfristig angelegten Engagements setzt die BMW Group in der zeitgenössischen und modernen Kunst, in klassischer Musik und Jazz sowie Architektur und Design. 1972 fertigte der Künstler Gerhard Richter drei großformatige Gemälde eigens für das Foyer der Münchener Konzernzentrale an. Seither haben Künstler wie Andy Warhol, Jeff Koons, Daniel Barenboim, Jonas Kaufmann und Architektin Zaha Hadid mit BMW zusammengearbeitet. 2016 und 2017 gestalteten die chinesische Künstlerin Cao Fei und der Amerikaner John Baldessari die beiden Neuzugänge der BMW Art Car Collection. Neben eigenen Formaten wie BMW Tate Live, der BMW Art Journey und den „Oper für alle“-Konzerten in Berlin, München, Moskau und London, unterstützt das Unternehmen führende Museen und Kunstmessen sowie Orchester, Jazzfestivals und Opernhäuser auf der ganzen Welt. Im Rahmen des Rolls-Royce Art Programme „Muse“ kooperiert der Automobilhersteller für die Initiative „The Dream Commission“ mit zwei international renommierten Kunstinstitutionen. Gemeinsam mit der Fondation Beyeler und den Serpentine Galleries werden junge sowie etablierte Künstlerinnen und Künstler eingeladen, immersive, digitale Arbeiten zu schaffen. Die Nominierung und Auswahl verantworten namhafte Persönlichkeiten aus der internationalen Kunstwelt, wie Daniel Birnbaum, Hans Ulrich Obrist, Cao Fei und Theodora Vischer. Bei allem Kulturengagement erachtet die BMW Group die absolute Freiheit des kreativen Potentials als selbstverständlich – denn sie ist in der Kunst genauso Garant für bahnbrechende Werke wie für Innovationen in einem Wirtschaftsunternehmen.

Weitere Informationen: www.bmwgroup.com/kultur und www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW-Group-Culture>
Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroupculture/>
@BMWGroupCulture
#BMWGroupCulture

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2019 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.520.000 Automobilen und über 175.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2018 belief sich auf 9,815 Mrd. €, der Umsatz auf 97,480 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2018 beschäftigte das Unternehmen weltweit 134.682 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.

www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>
Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>